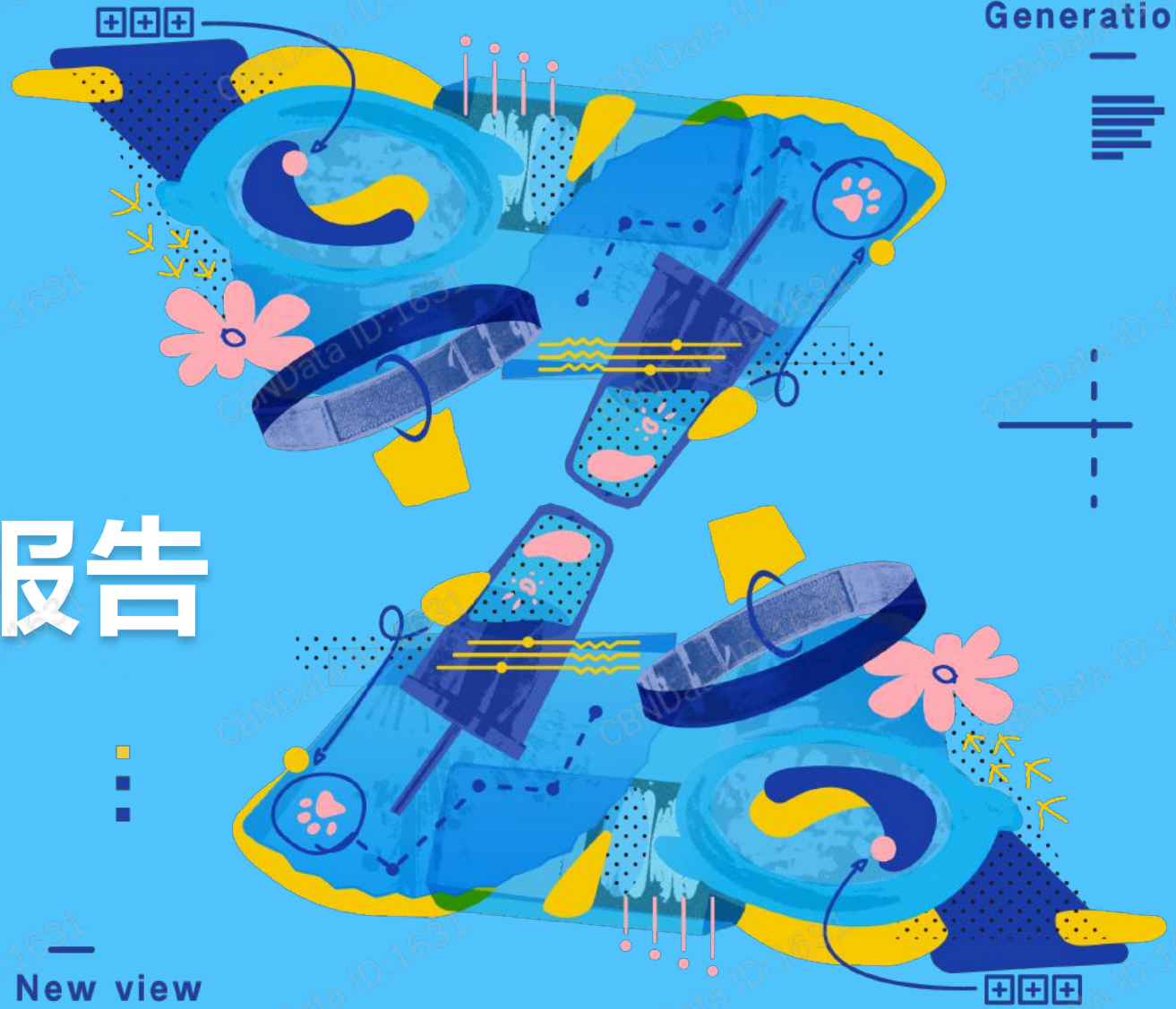
lax889889.com 299520.xyz

New idea

Generation Z

消费 态度 2020

2020 Z世代消费态度洞察报告



CBNDATA
第一财经商业数据中心

New view

© 2020 CBNData. All rights reserved.

liaohan.net nblax520.com

VISIT…

lax889889.com 299520.xyz

每日免费获取报告

1、每日微信群内分享**7+**最新重磅报告；

2、每日分享当日**华尔街日报**、金融时报；

3、每周分享**经济学人**

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，起点财经仅分发做内部学习。

扫一扫二维码
关注公号
回复：**研究报告**
加入“起点财经”微信群。。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

New idea

Generation Z

01

Z世代
身份的X面

New view

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

新消费时代的人群机遇

全球人口结构正在悄然改变，不同世代的人由于成长环境的差异会呈现出不同的价值观和消费观。如今，年轻的Z世代已经成为新时代的焦点人群，社会各界都关注着Z世代人群的成长。

婴儿潮世代

1946-1965

11.7亿

15%

战争结束后，百废待兴下生长的一代，经历着快速变化的社会环境，他们拥有稳定的事业和强劲的财力。

X世代

1966-1980

14.2亿

18%

前电子时代的一代，低调且富有财富，习惯现实体验的他们，更注重品牌体验和权威的口碑。

千禧一代

1981-1994

17.4亿

22%

伴随着全球经济和互联网高速发展而成长起的一代，消费升级需求显著，偏好小众消费，习惯“懒人线上购物”。

Z世代

1995-2009

18.5亿

24%

从小环绕在移动互联网，沉浸在社交媒体中。快速接受海量信息，但丧失兴趣的速度也一样快。科技是基础消费，自我身份认同是品牌选择的原因，勇于表达对社会的观点，是Z世代的普遍价值观。

数据来源： 联合国经济和社会事务部，公开资料整理

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

Z世代有着多样的X面身份

中国Z世代人群约2.6亿人，成长于信息时代的年轻人们，受到全方位多元文化的熏陶，Z世代有着独特而又个性的身份标签，X面的身份是Z世代的专属“人设”。

数据来源：企鹅智库《2019年Z世代消费力白皮书》

资料来源：公开资料整理

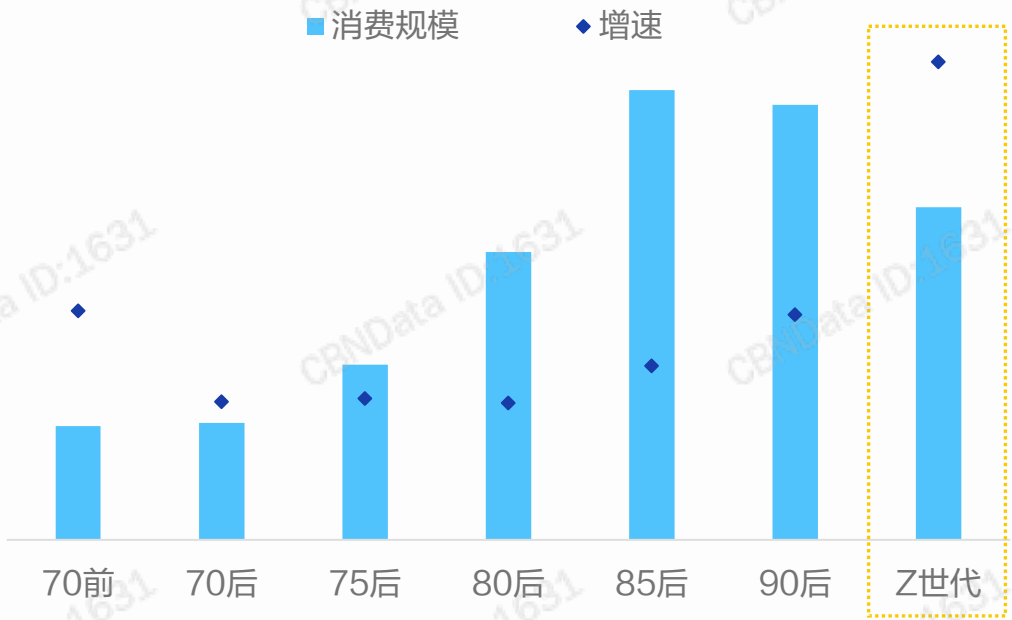
liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

Z世代也是炙手可热的下一代“金主”

随着年轻的Z世代们逐步迈入社会，围绕于Z世代的商业机遇便不断涌现，作为新消费人群的Z世代们消费能力毫不逊色，成为了社会各界关注的焦点。

2018.9-2019.8 线上不同代际消费规模及增速



数据来源：CBNData《2019 中国互联网消费生态大数据报告》

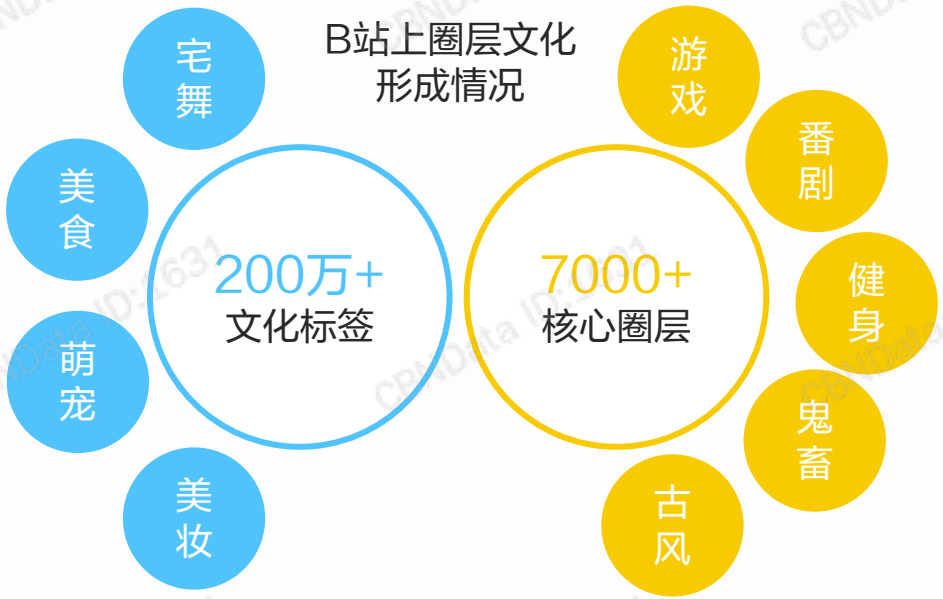
数据来源：OC&C《无国界的一代》

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

小众兴趣圈层涌现，为自己的多元兴趣而买单

兴趣是Z世代找到投契朋友、增强社区垂度的核心。在互联网的助力下，Z世代的兴趣圈层更加垂直、多元，带有他们的个性特色。正因为Z世代对各自的圈层有着强归属感和高参与度，由圈层文化带来的相关消费潜力正不断释放。



电竞

- 电竞爱好者超六成是Z世代
- 女性玩家展现高增长消费力
- 赛事32%营收来自粉丝创

二次元

- Z世代贡献Cosplay品类近四成销售额
- 萌妹子成消费贡献主力军（70%）
- 下线城市消费比重不断上升

模玩手办

- BJD手办2019销售额同比增速超5000%
- 高颜值、治愈向萌系IP盲盒兴起

国风

- B站近九成国风爱好者是Z世
- 国风视频UP主70%是Z世代
- Z世代古风服饰销售额增长连续两年超300%

数据来源：CBNData《2019 中国互联网消费生态大数据报告》

liaohan.net nblax520.com

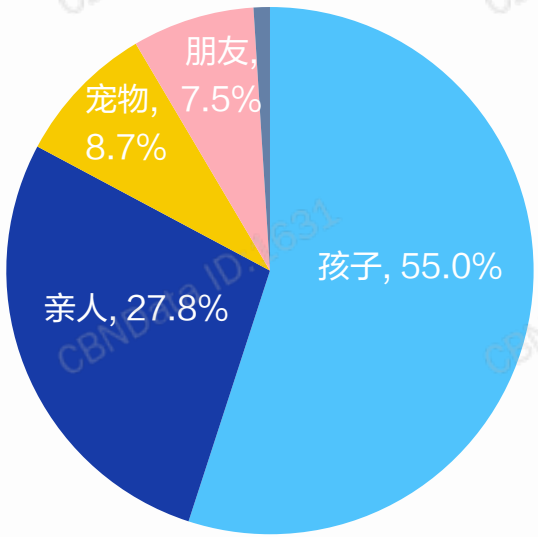
lax889889.com 299520.xyz

CBNDATA 第一财经商业数据中心

孤独生活寻找萌宠陪伴，为“主子们”剁手下单

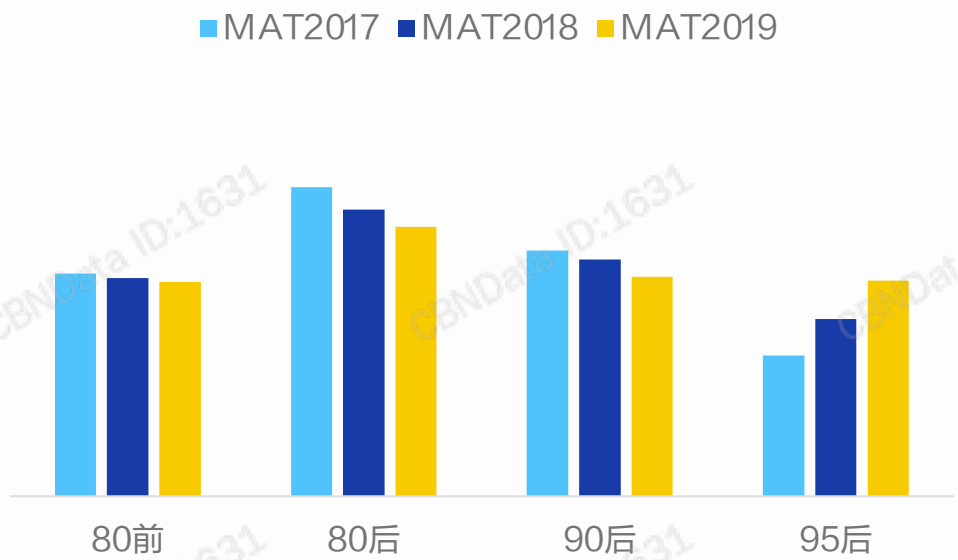
宠物给Z世代带来不可替代的陪伴感。宠物对于他们变得越来越重要，爱宠是朋友，更是亲人。近年来线上95 后铲屎官人数占比跃升，纷纷加入为“主子们”疯狂剁手下单的大军之中。

宠物在养宠家庭中的角色担当



资料来源：亚宠、狗民网《2017中国宠物行业白皮书》

线上宠物消费者分代际分布



数据来源：CBNData《2019 中国互联网消费生态大数据报告》
数据说明：数据时间为2016.10-2019.09

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

New idea

Generation Z

02

Z世代
消费态度洞察

New view

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

01
态度
潮流
养生

02
态度
懒系
生活

03
态度
颜值
主义

04
态度
缤纷
趣味

05
态度
国潮
跨界

liaohan.net nblax520.com

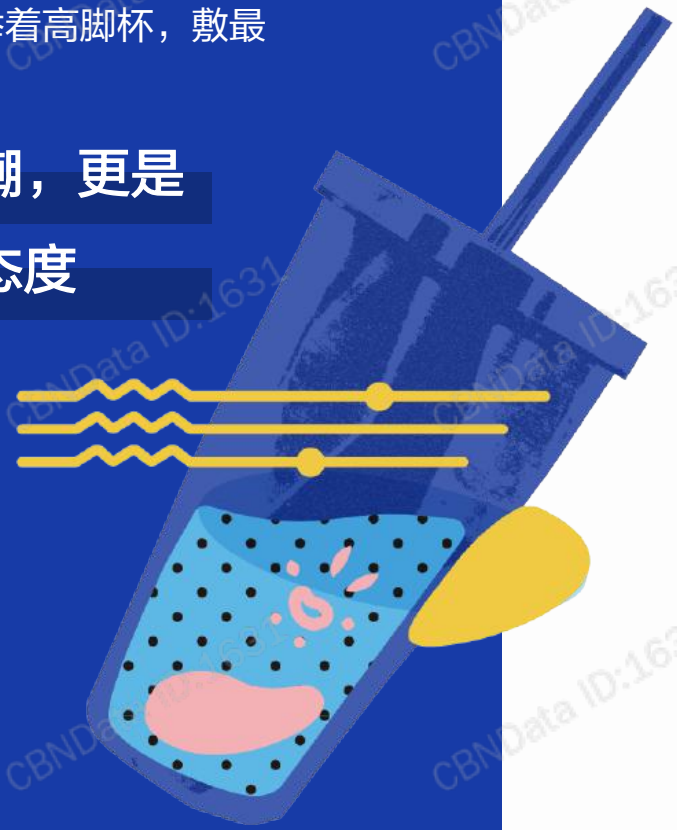
lax889889.com 299520.xyz

01
态度

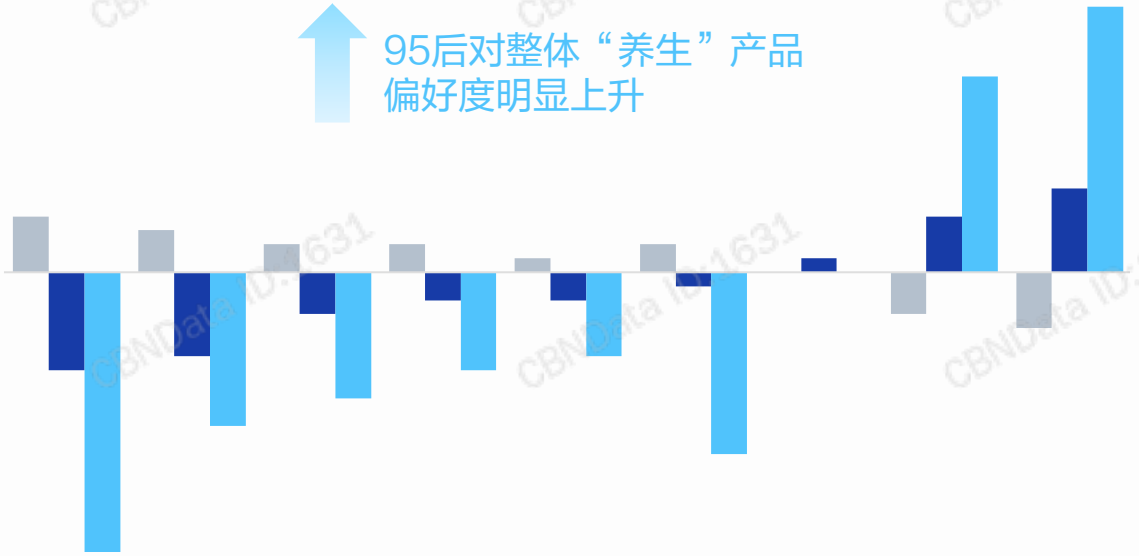
潮流养生

左手拿着保温杯，右手举着高脚杯，敷最贵的面膜，熬最长的夜：

养生不仅仅是自嘲，更是一种潮流的生活态度



各年龄段对于“养生”的偏好度



数据来源：CBNData《2018生活消费趋势报告》
数据说明：偏好度使用每月搜索量PV计算，大于0表示偏好，小于0则不偏好。
数据时间为2017.01至2017.09，月度数据。

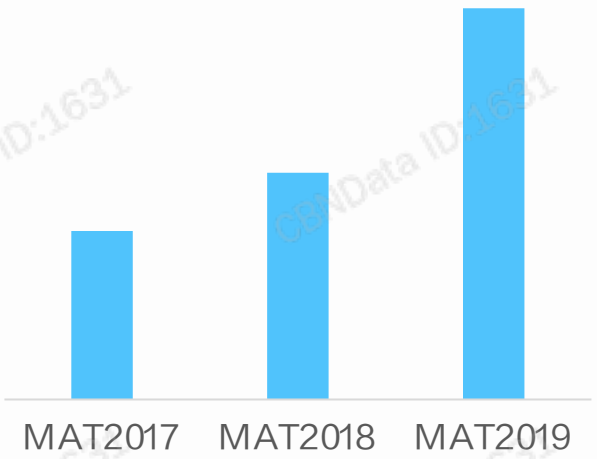
CBNData ID:1631
liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

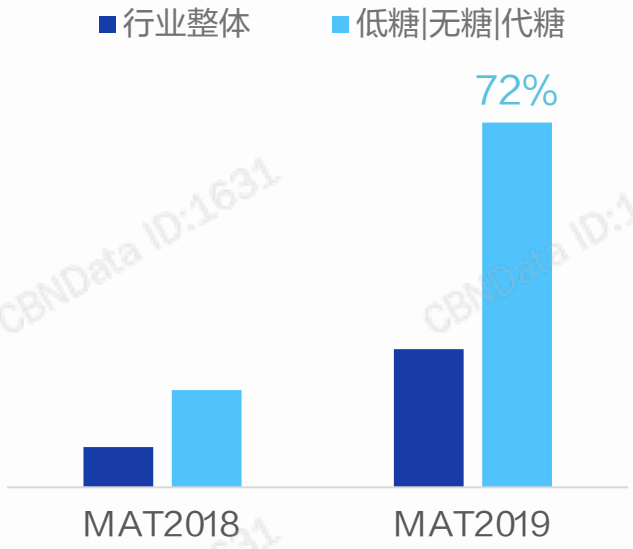
处处少份糖，低糖饮食是基础“轻养生”

甜点、蛋糕、零食让人快乐，但糖却带来“幸福肥”的烦恼。消费者对于健康和身材的关注，让低糖食品逐渐受到亲睐。线上的蛋糕、糕点等类目正迎来“低糖革命”。

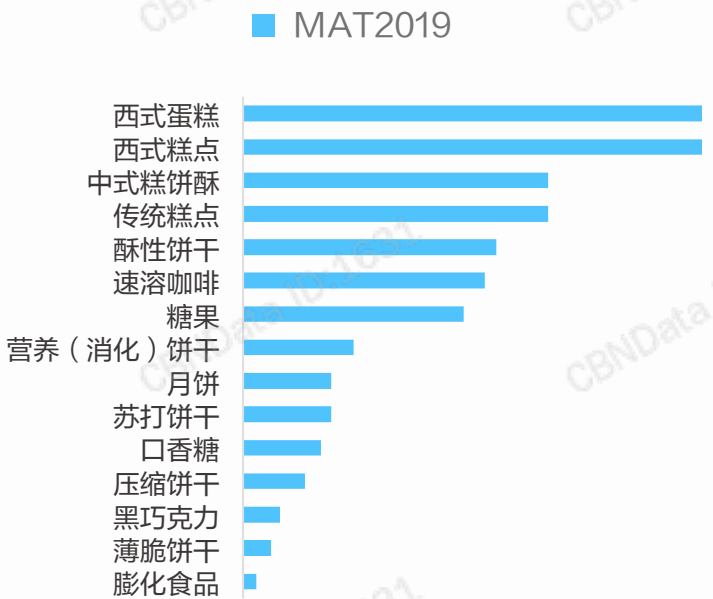
天猫低糖相关零食及咖啡销售额



天猫零食及咖啡低糖和整体的销量增速对比



天猫低糖产品相关搜索Top品类



数据来源：CBNData《2020天猫美食消费趋势报告》
数据说明：数据时间为2016.12-2019.11

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

CBNDATA 第一财经商业数据中心

药食进补，滋补性零食饮品的“重养生”

来杯蜂蜜水、泡点枸杞茶、煮壶养生茶已经是95后养生大军的标配食品。而传统的阿胶、人参等滋补中药材，因为处理和食用不便，也不够新潮时尚，一直未能很好的吸引年轻人。随着零食化和饮品化的滋补产品的出现，年轻人纷纷被吸引加入药食同源的“重养生”。

Z世代购买的养生食品Top5

阿胶咖啡

阿胶零食糕

熬夜大补茶、阿胶咖啡，年轻人将中药滋补“重养生”的元素也融入了日常的零食和饮品中。

蜂皇浆茶饮

青汁茶饮

何首乌芝麻零食

数据来源：CBNData《2018生活消费趋势报告》
数据说明：数据时间为2016.10-2017.09

图片来源于互联网

liaohan.net nblax520.com

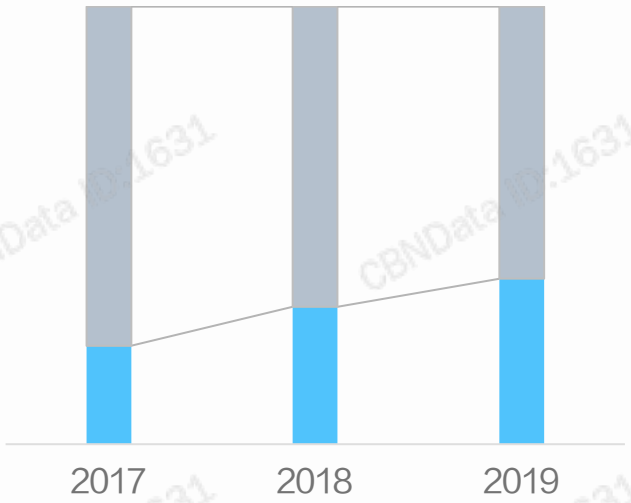
lax889889.com 299520.xyz

CBNDATA 第一财经商业数据中心

随手养生，便携即食类滋补品受青睐

随着生活节奏的加快，越来越多的消费者会购买便携或即食类的滋补养生品，作为口袋里的随时营养补给。其中即食燕窝、花胶/鱼胶及蜂蜜是最受欢迎的即食滋补品。即食燕窝尤其受到Z世代的喜爱，在众多产品中热度上升最快。

天猫国际便携即食类滋补养生品
消费规模占比趋势



2019 最受欢迎的便携即食类滋补品

TOP01 即食燕窝

TOP02 花胶/鱼胶

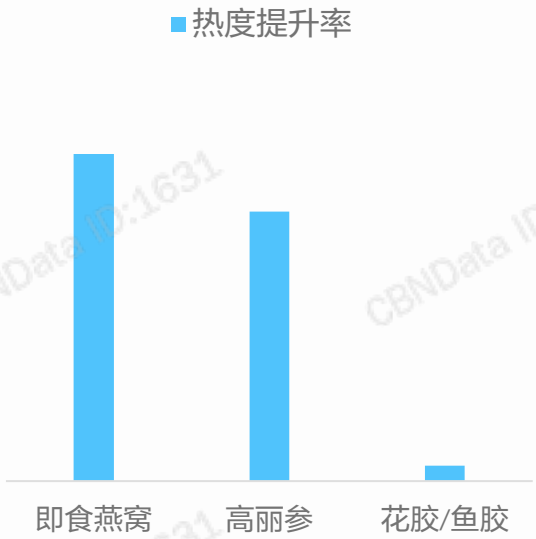
TOP03 蜂蜜

TOP04 雪蛤制品

TOP05 桃胶

TOP06 药食同源食品

2019 Z世代中热度提升
最快的滋补养生Top3品类



数据来源：CBNData《天猫国际跨境保健品消费者洞察报告》

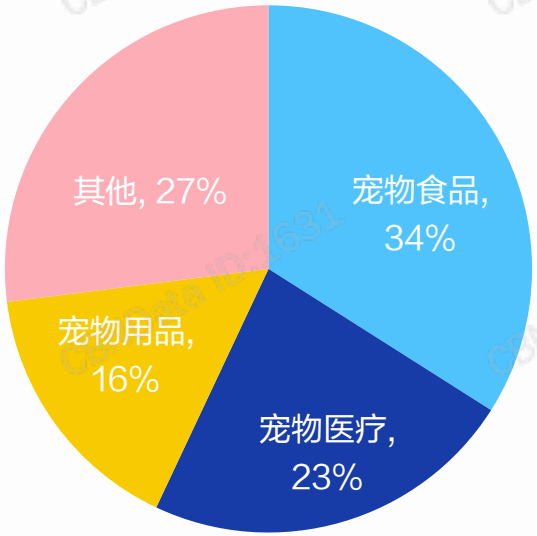
liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

宠物保健品，呵护爱宠的健康成长

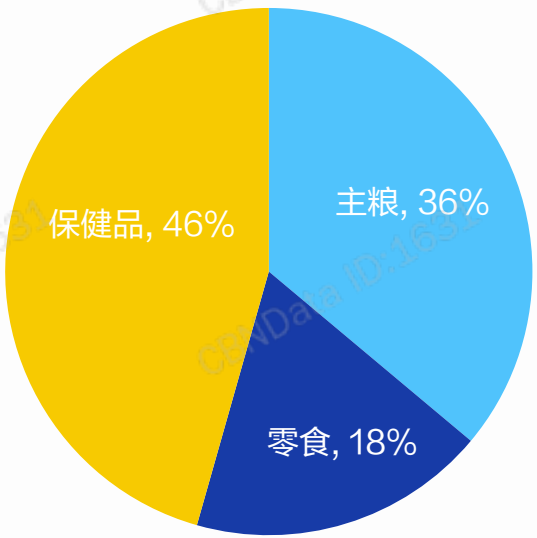
早已将爱宠们视为家人的宠物主们，自己养生还不够，他们也格外注重爱宠的健康成长。宠物医疗已是除了刚需的宠物食品外的第一大开销，而宠物保健品则是第一大宠物的食品消费。

中国养宠用户消费细分市场分布



数据来源：艾媒《2019中国宠物食品产业研究与商业投资决策分析报告》
数据说明：数据时间为2018-2019

中国养宠用户个人宠物食品消费分布



数据来源：艾媒《2019中国宠物食品产业研究与商业投资决策分析报告》
数据说明：数据时间为2018-2019

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

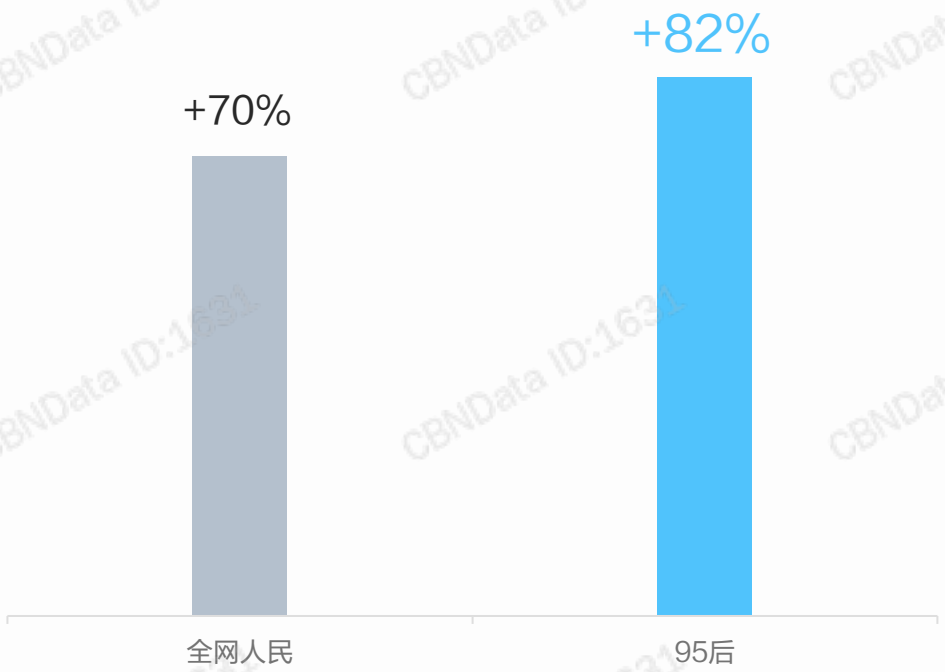
02
态度

懒系生活

外卖、跑腿、扫地机器人、洗碗机、电动牙刷、懒人支架……这些在帮当代人节约时间的产品，无一不在揭示：

未来将是“懒人”的天下

淘宝懒系产品消费同比增速



数据来源：淘宝《懒人消费数据》
数据说明：数据时间为2018年。

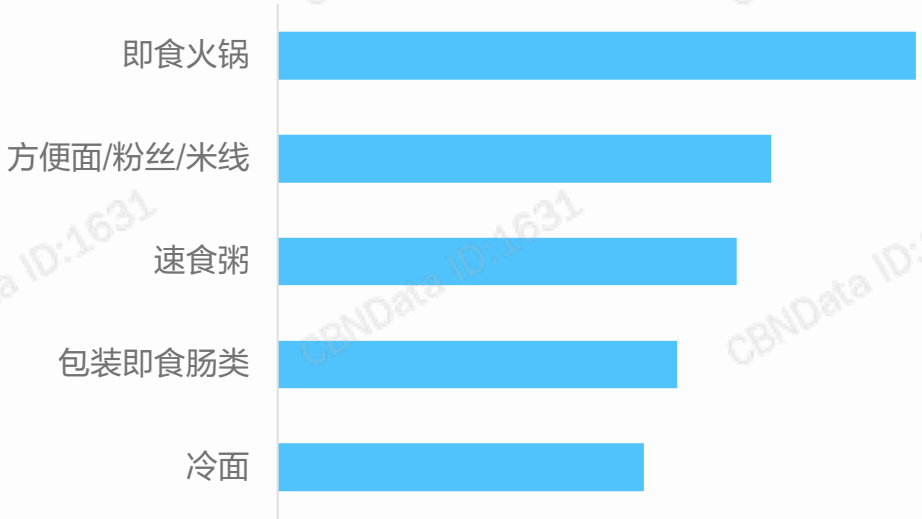
liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

懒系饮食：速食晚餐也追求品质享受

懒于做饭，速食成为正餐最佳的替代品。然而在追求品质生活的当下，普通的方便面已不足以满足Z世代的需求。菜品更为丰富的即食火锅成为今年的大热门，此外品种丰富的地方特色美食，以及进口异国美味也受到年轻人的青睐。

Z世代学生方便速食购买偏好Top5品类



数据来源：CBNData《方便速食行业趋势研究》
数据说明：数据时间为2018.07-2019.06

宿舍场景方便速食消费热门商品

数据来源：CBNData《方便速食行业趋势研究》
数据说明：字体大小按照商品销售额排名

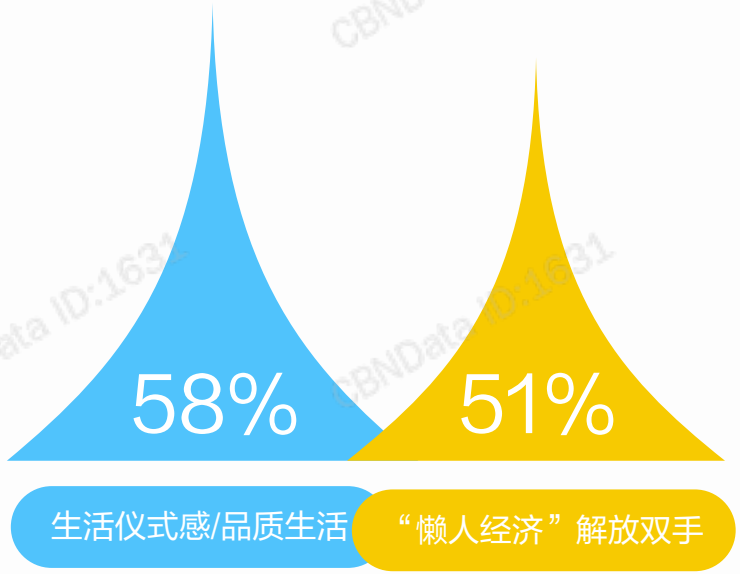
liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

懒系居家：便捷智能家电解放双手

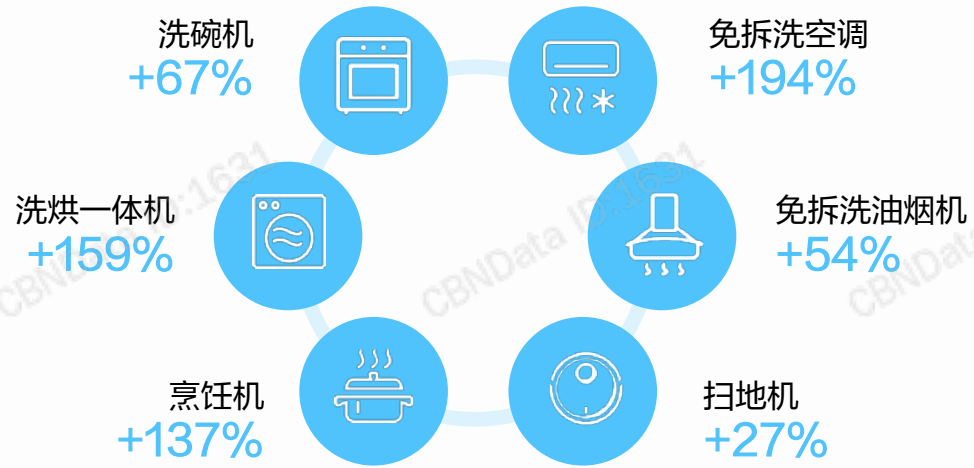
使用方式简单、体积小功能强的便携式家电数码产品不断涌现，把大众从繁琐家务中解放出来，在各细分功能上给消费者带来全新的生活体验。尤其年轻人工作节奏快、压力大，其对“懒人家务神器”的需求高于整体人群。

智能家电数码行业影响因素



数据来源：CBNData《2019八大生活升级趋势蓝皮书》

近三年与便捷家电数码相关的品类增长趋势



数据来源：阿里妈妈《新周期下消费电子趋势洞察与商业增长》

便携式智能产品举例

便携手持挂烫机

可折叠机身，易收纳携带，支持多种熨烫方式，10秒即出蒸汽，熨衣无需久等。

图片来源：1688

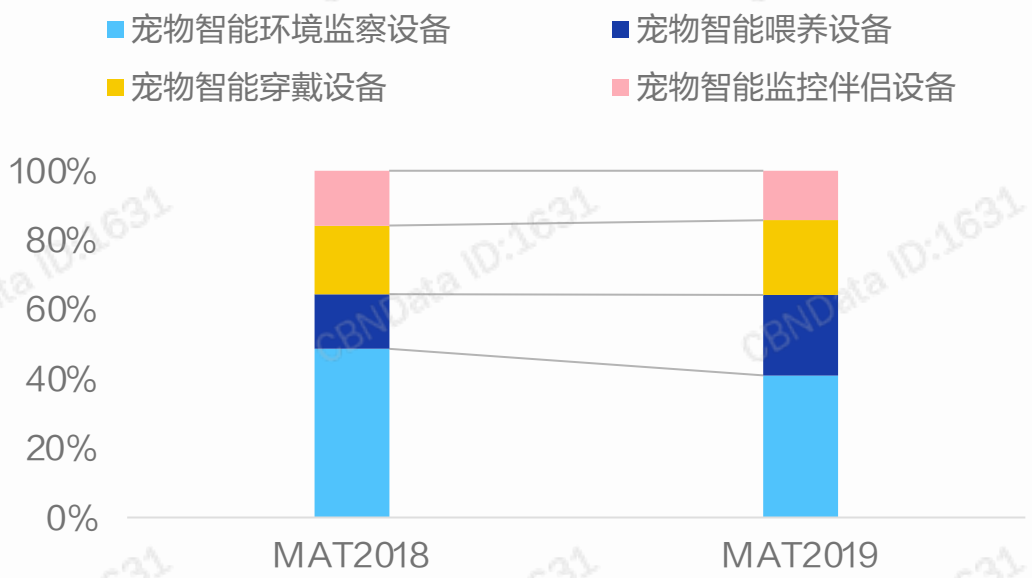
liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

懒系养宠：居舍智能化，关爱宠物省时省力

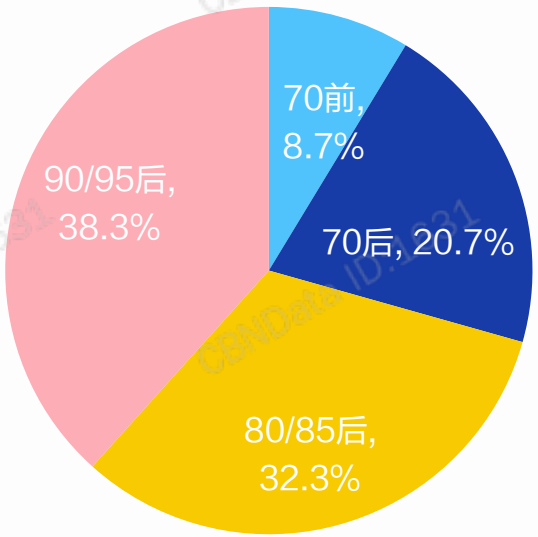
养宠官白日外出工作，有不少人会选择采用智能设备来照顾“主子”们的起居。线上宠物智能设备受到越来越多消费者欢迎，近四成消费者为年轻的90/95后，特别是智能喂养设备及穿戴设备，近一年消费占比迅速提升。

线上上宠物智能设备消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

线上不同代际宠物智能设备消费人数占比



数据来源：CBNData《2019 宠物消费生态大数据报告》
数据说明：数据时间为2018.04-2019.03

liaohan.net nblax520.com

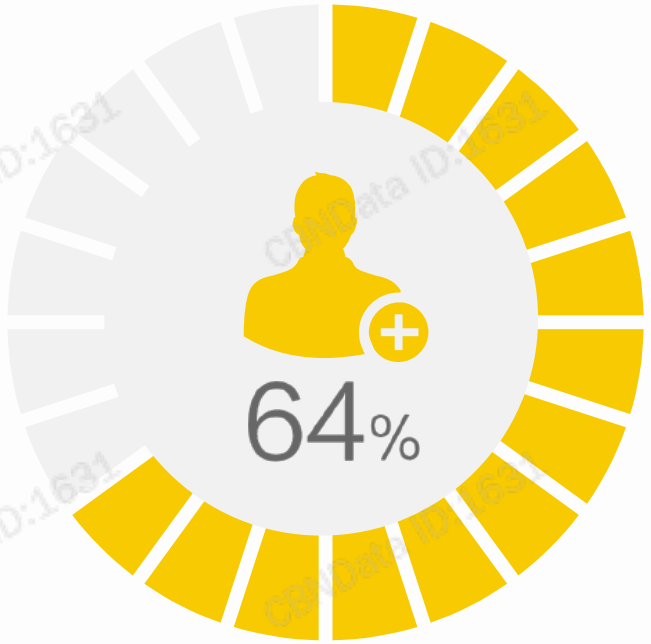
lax889889.com 299520.xyz

03
态度

颜值主义

这是“颜值即正义”的年代，好看的外表
才能第一时间抓住消费者的眼睛：

品牌“好看”真的很重要



64%的消费者
会购买包装更吸引人的产品

数据来源：尼尔森

CBNData ID:1631
liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

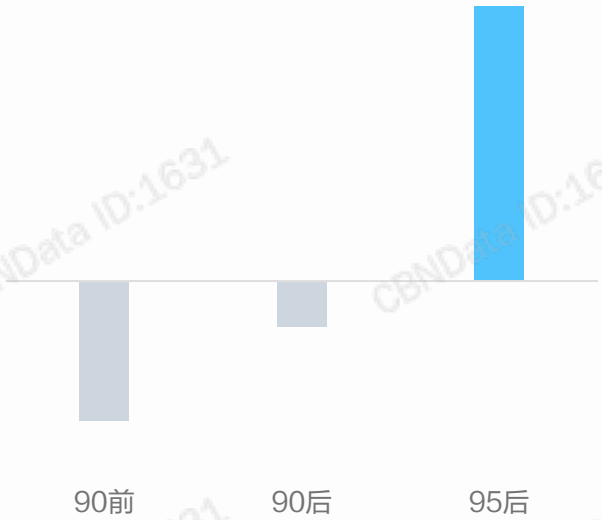
寻找高颜值器具赋予的生活仪式感

颜值主义已经涉及生活的方方面面。以厨房小家电为例，实用性已经不足以满足Z世代对家居产品的需求。当代的消费者也更注重产品“颜值”，尤其是95后的消费者在选购厨房小家电时会更在意产品的“高颜值”。

厨房小家电选购关注点

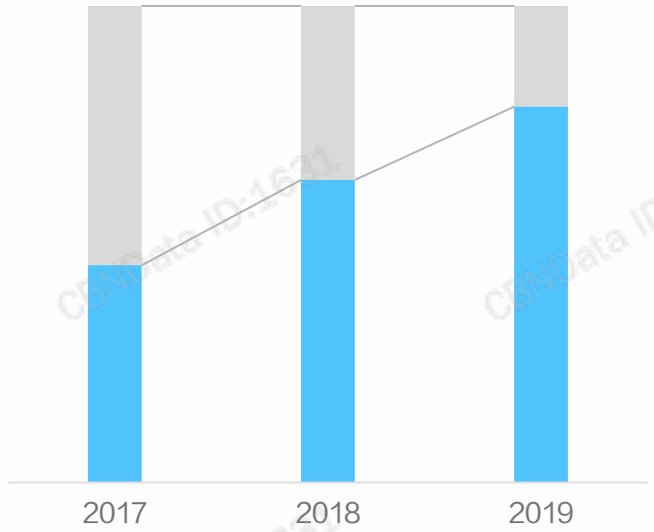
数据来源：CBNData《年轻代厨房小家电洞察报告》

厨房小家电“高颜值”偏好度



数据来源：CBNData《年轻代厨房小家电洞察报告》

线上90/95后“高颜值”厨房小家电消费占比



数据来源：CBNData《年轻代厨房小家电洞察报告》

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

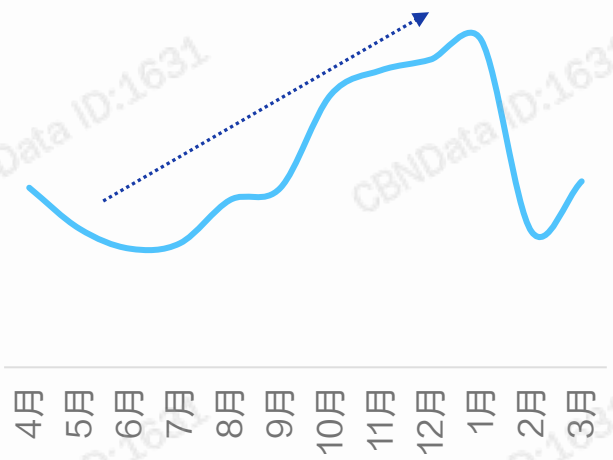
CBNDATA 第一财经商业数据中心

可盐可甜，宠物的“好看主义”正盛行

作为注重自身颜值的靓丽都市少男少女，自家的爱宠怎可装扮简陋。现在线上出现越来越多的店铺能够为爱宠量身定制“高颜值”项圈和服饰。过去一年宠物原创设计类市场不断增长，宠物“好看主义”正流行。

图片来源：布桃子的梦想店铺

线上宠物原创
设计店铺消费趋势



数据来源：CBNData《2019 宠物消费生态大数据报告》
数据说明：数据时间为2018.04-2019.03

线上最受欢迎的宠物原创设计店铺Top5

数据来源：CBNData《2019 宠物消费生态大数据报告》
数据说明：数据时间为2018.04-2019.03

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

“主子”的珠光宝气，宠物潮奢消费也流行

不仅是线上的“定制化”美丽浪潮兴起，“主子”们的潮流也受到越来越多奢侈大牌的关注。为了能让自家的爱宠靓丽出街，铲屎官们也愿意不惜血本去购买奢侈品牌的时尚单品。如价值335美元的LV颈圈，Longchamp与知名法国插画家合作的牵狗绳等，都让主人及宠物的造型更吸睛。

LV狗链

Longchamp皮制狗项圈与牵狗绳

MCM 宠物配饰

Versace狗床

LV行李箱

资料来源: PIN PRESTIGE

liaohan.net nblax520.com

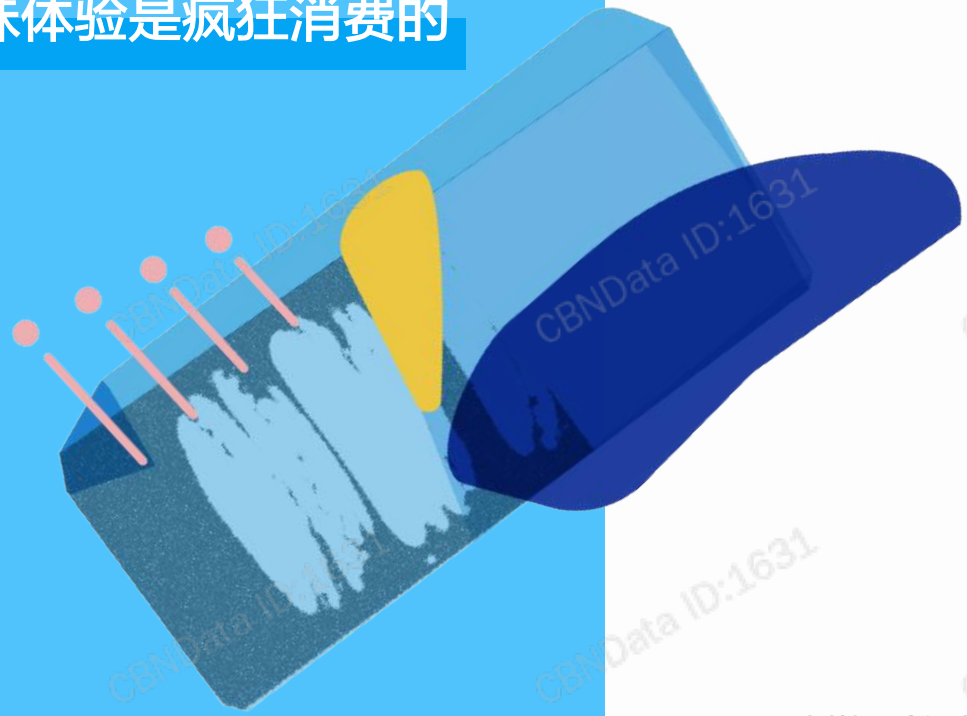
lax889889.com 299520.xyz

04
态度

缤纷趣味

寻常的产品千篇一律，有趣的单品万里挑一：

不一样的趣味体验是疯狂消费的源动力



NEW
54%

Z世代表示想要拥有最新或之前没有尝试过的体验

数据来源：凯度《Z世代消费力白皮书》

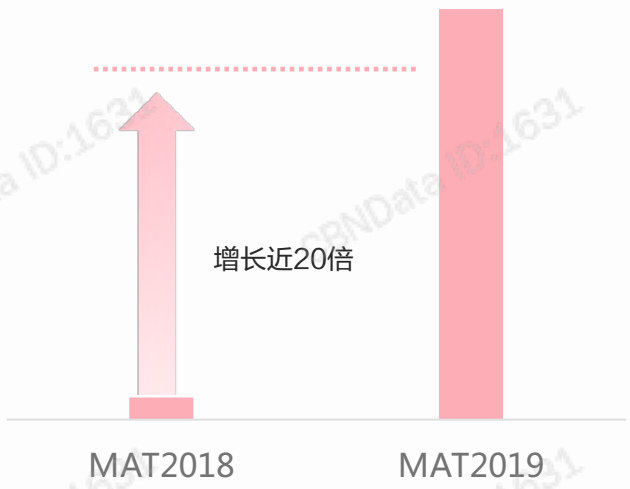
liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

盲盒惊喜：“好吃又好玩”的乐趣体验

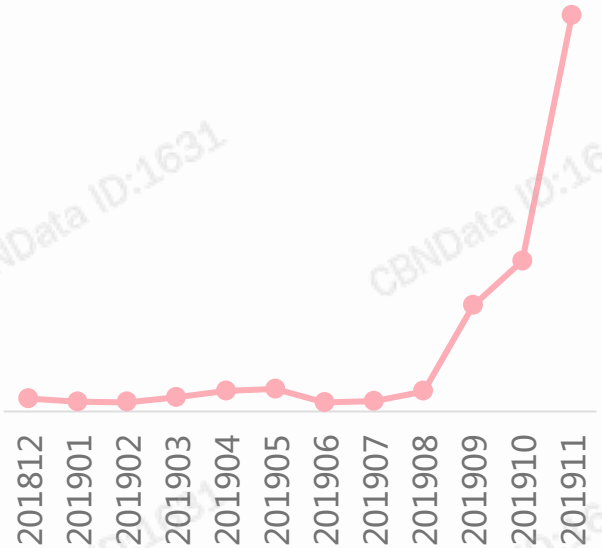
随着盲盒风潮的盛行，这种“开盒”的乐趣也从模玩圈走进了零食界。盲盒零食的销售增长近20倍，并且越来越多的零食品牌纷纷推出盲盒款商品，让消费者在享受零食的同时收获更多的乐趣。

盲盒零食销售额趋势



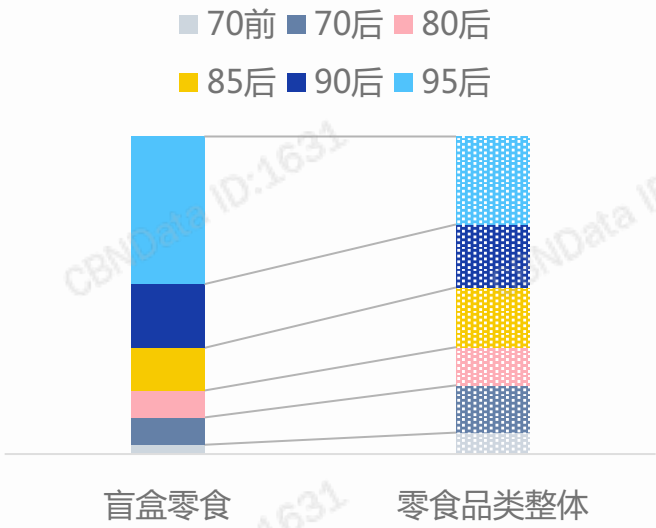
数据来源：CBNData《休闲零食新趋势报告》

盲盒零食按月销售走势



数据来源：CBNData《休闲零食新趋势报告》

盲盒零食与零食整体消费者分代际分布



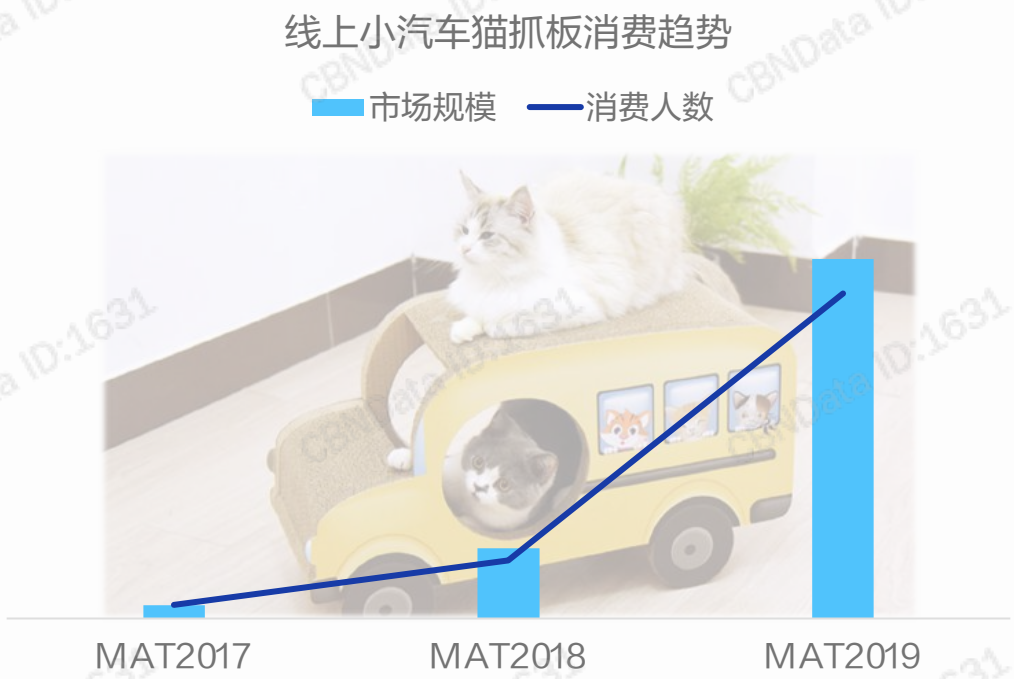
数据来源：CBNData《休闲零食新趋势报告》
数据说明：数据时间为2018.12-2019.11

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

趣味互动：互动、趣味又兼具功能性的产品增添别样风味

仅具有功能性的宠物用具和零食不足以抓住年轻消费者的眼睛，更具有趣味和互动性的设计才能迎合消费升级的诉求。如宠物棒棒糖和香槟，还有小汽车造型的猫抓板极具互动性，成功变身为与爱宠之间的“感情增稠剂”。



数据来源：CBNData《2019宠物消费生态大数据报告》
数据说明：数据时间为2016.4-2019.3

图片来源于互联网

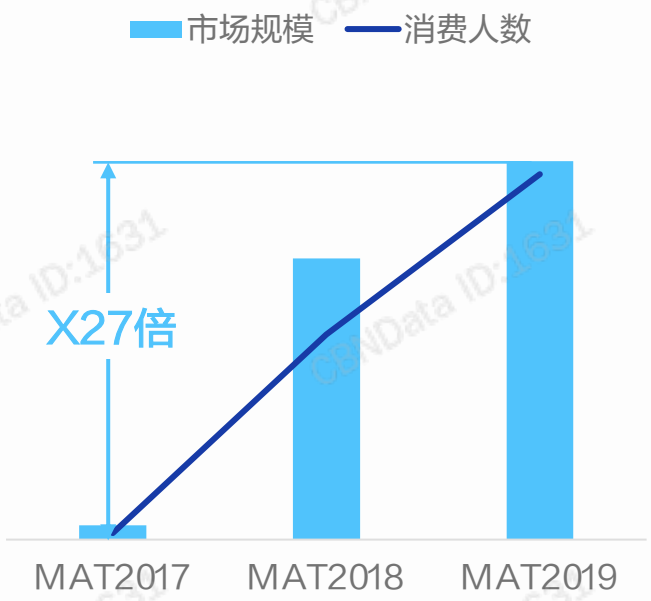
liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

礼盒仪式感：精致礼盒消费，爱宠人士的满满仪式感

为了表达对爱宠浓浓的关爱，消费者对精致又有趣的套装和礼盒情有独钟，如玩具组合装的猫礼盒和猫生日套装近来热度持续升温。把玩具的乐趣送给“主子们”，也把礼盒的“精致感”和充满意义的“仪式感”留给自己。

线上猫礼盒玩具消费趋势



线上猫礼盒消费评论举例

购入第三套了....只要家里有新进宝贝成员，就必须购买一组让她们开心也让我们快乐～

我家懒猫买回来之后天天跳着玩，哈哈哈哈， 老母亲的微笑

数据来源：CBNData《2019宠物消费生态大数据报告》
数据说明：数据时间为2016.4-2019.3

数据来源：评论来自互联网

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

05
态度

国潮跨界

95后眼中“国潮”长啥样?

色彩要奔放，态度表达更直接

不同代际线上国潮服饰消费占比提升度

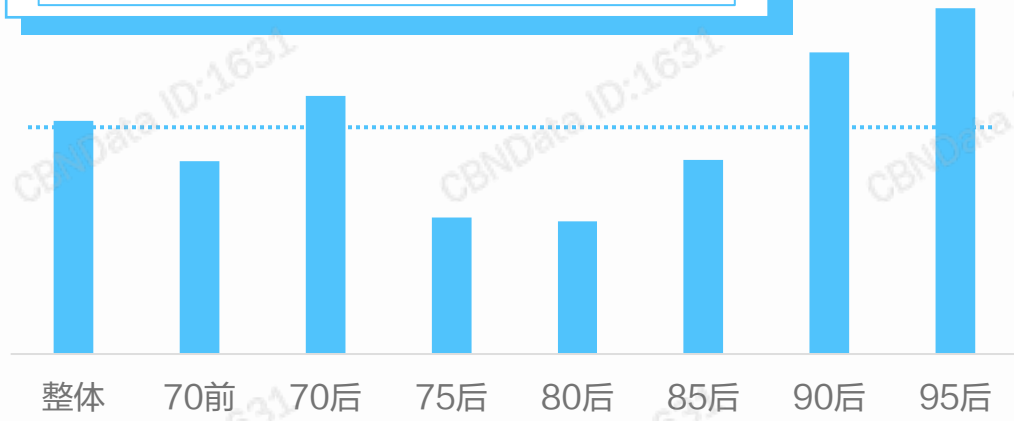
国潮

guó cháo

国 潮

noun.

“国潮”多指服装、鞋履与配件品类中的中国原创潮流街头品牌，他们代表了来自中国的原创设计与产品。



数据来源：CBNData《这就是95后的国潮地盘》
数据说明：数据时间为2019.4—2020.3

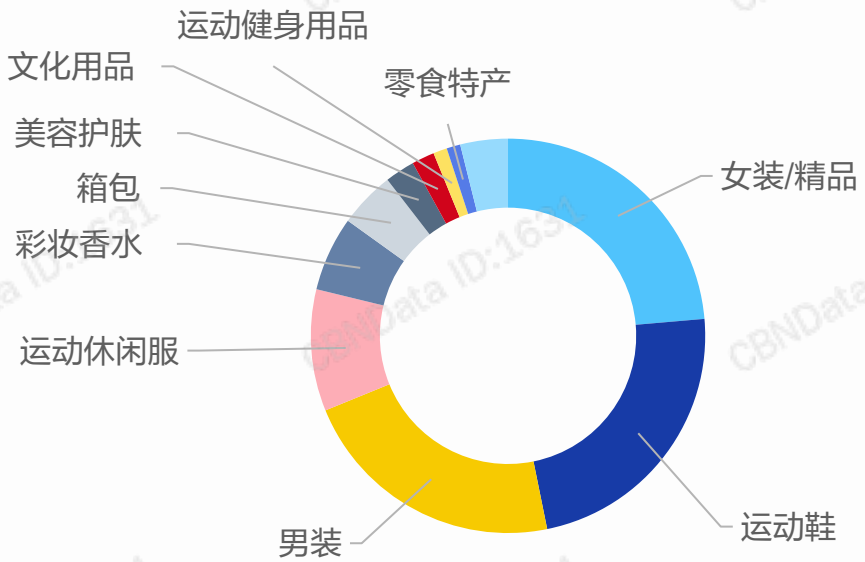
liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

服装、运动鞋的跨界是触达年轻人的有效途径，国货品牌最为热门

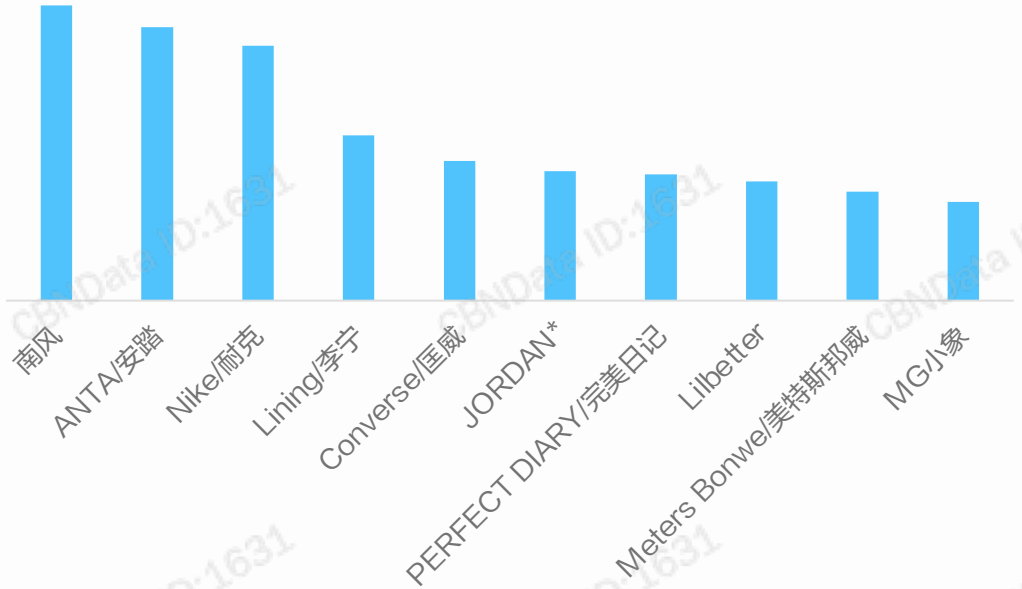
95后特别吃跨界联名商品安利，从品类上面来看，超过60%的跨界联名消费集中在服装、运动鞋品类。从联名商品的品牌来看， 95后消费者偏好度较高的还是国货品牌，TOP10品牌中国产品牌占到7成，并以运动品牌为突出.

95后跨界联名商品消费品类分布



数据来源：CBNData《这就是95后的国潮地盘》
数据说明：数据时间为2019.4—2020.3

95后跨界联名商品消费偏好度TOP10品牌



数据来源：CBNData《这就是95后的国潮地盘》
数据说明：数据时间为2019.4—2020.3

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

「国货品牌 X 国潮品牌」助力品牌消费者双向渗透，兼顾销量

「国货品牌 X 国潮品牌」品牌联名模式，助力品牌实现目标人群的互补渗透，既能帮助国货品牌吸引年轻消费者，同时也能让小众国潮品牌走进更多80后85后消费者的视野，实现出圈，而出圈带来的也将会是销量上的优势。

2019年12月，脑白金联名“能猫商店”与“弄嘲NOCAO”推出蓝白色跨界联名款，用国潮形式重塑自己年轻态的品牌形象。

脑白金 X 能猫商店联名款消费占比最高的人群是年轻的95后消费者，超过30%，帮助脑白金拓展了年轻消费群

数据来源：CBNData《这就是95后的国潮地盘》

2018年9月-2020年3月
TYAKASHA X 旺旺 *VS* TYAKASHA X 芝麻街
联名款销量走势

旺旺系列的出圈，吸引了大量的85后及90后消费者，带动销量，其同期销量约为95后偏爱的芝麻街系列的20倍。

数据来源：CBNData《这就是95后的国潮地盘》

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

立足年轻人的情感诉求，跨界打造国潮宠物亲子装

对爱分晒、爱分享、爱表达情感的年轻人，宠物亲子装提供了强烈的情感诉求的功能；近年来大热的复古、国潮风的设计又更加吸引着年轻人忍不住剁手买单。

Toptrees×能猫商店

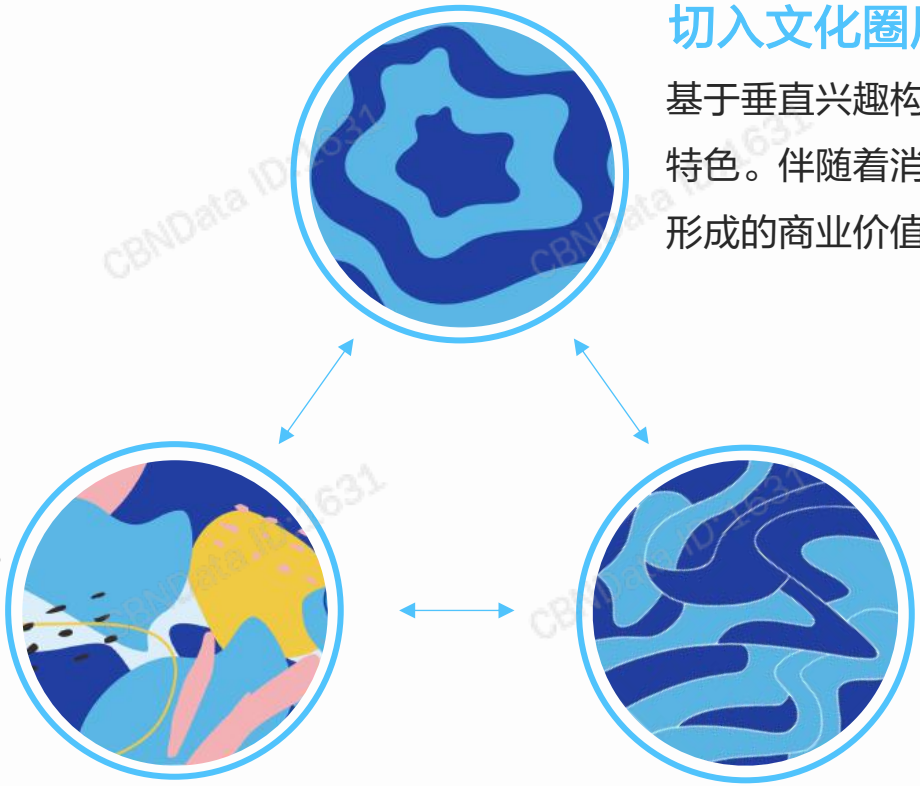
复古怀旧潮流风

宠物亲子装

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

如何正确的拥抱Z世代?



切入文化圈层

基于垂直兴趣构成的圈层是属于Z世代的特色。伴随着消费升级的浪潮，圈层消费形成的商业价值出现大爆发。

Z世代态度的设计

多样化、个性化是和Z世代的沟通桥梁。基于Z世代的兴趣，提供不同的商品和服务，让他们尽情地“选我所爱”。

“造风”引燃“跟风”

利用Z世代的“自来水”属性，通过Z世代的“造风”，带动全民愉快的“跟风”。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

New idea

Generation Z

COPYRIGHT DECLARATION

版权声明

本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

New view

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

New idea

Generation Z

ABOUT US

关于我们

报告作者：孙晓柽
视觉设计：庄聪婷
联系我们：Data@dtcj.com
商务合作：BD@dtcj.com
加入我们：JOB@dtcj.com

第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）成立于2015年，是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的消费大数据研究机构、数据传播服务商和金融资讯运营服务商。

依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，CBNData以科技为驱动，以场景为延展，面向市场全面输出数据服务、内容服务、整合营销服务、MCN整合运营服务四大核心能力。

CBNData始终致力于用数据驱动商业，用内容连接用户，以“数据+媒体”的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。

New view

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

New idea

Generation Z

FOLLOW US
关注我们

更多数据 扫码关注

CBNData官网

CBNData官方微信号

New view

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

New idea

Generation Z

CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据·全洞察

New view

liaohan.net nblax520.com